

IMPLEMENTASI MANAJEMEN PEMASARAN PENDIDIKAN DI PONDOK PESANTREN DARUSSALAM PUNCAK SILIRAGUNG BANYUWANGI

Nur Khafidz Nizam Fahmi¹, Alim Mujahidin²

Email: Fahminizam26@gmail.com¹, Daengjiden@gmail.com²

Prodi Manajemen Pendidikan Islam
Institut Agama Islam Darussalam Blokagung Banyuwangi

Abstrak

Peneliti bertujuan untuk mengetahui: (1) Bagaimana perencanaan manajemen pemasaran dalam persaingan global di PP Darussalam Puncak. (2) Bagaimana penerapan pelaksanaan manajemen pemasaran dalam persaingan global di PP Darussalam Puncak. (3) Bagaimana pengendalian manajemen pemasaran dalam persaingan global di PP Darussalam Puncak. Dalam penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut: 1) Dalam proses perencanaan pemasaran Pendidikan, PP Darussalam Puncak sangat memperhatikan kualitas lembaga Pendidikan serta fokus pada pelanggan Pendidikan. 2) Dalam proses pelaksanaan pemasaran Pendidikan, PP Darussalam Puncak membentuk kepanitiaan dan bekerjasama dengan alumni dan tokoh masyarakat. 3) PP Darussalam Puncak melakukan pengendalian memiliki rencana kontrol tahunan untuk mempermudah pengendalian yang dilakukan. Hasil dari pengendalian ini dapat digunakan untuk acuan perencanaan pemasaran yang akan datang.

Kata Kunci: Manajemen Pemasaran Pendidikan, Di Pesantren

Abstract

With this, the researcher aims to find out: (1) How is marketing management planning in global competition in PP Darussalam Puncak. (2) How to implement the implementation of marketing management in global competition at PP Darussalam Puncak. (3) How to control marketing management in global competition at PP Darussalam Puncak. In this study, it can be concluded as follows: 1) In the education marketing planning process, PP Darussalam Puncak is very concerned about the quality of educational institutions and focuses on education customers. 2) In the process of implementing education marketing, PP Darussalam Puncak formed a committee and collaborated with alumni and community leaders. 3) PP Darussalam Puncak performs control and has an annual control plan to facilitate the control carried out. The results of this control can be used as a reference for future marketing plans.

Keywords: Educational Marketing Management, In Islamic Boarding School

A. Pendahuluan

Dalam era globalisasi saat ini, persaingan lembaga pendidikan pondok pesantren semakin kompetitif. Banyaknya lembaga pondok pesantren saat ini baik moderen maupun salafi yang tidak mendapatkan peserta didik baru. Hal ini berakibat terhadap persaingan lembaga pendidikan yang berbasis pesantren yang mana lembaga berbasis pondok pesantren banyak di minati oleh walisantri peserta didik. Dalam usaha memajukan lembaga pendidikan khususnya untuk menarik peserta didik maka suatu lembaga pendidikan harus memiliki manajemen atau strategi salah satunya yaitu lembaga pesantren harus memiliki manajemen pemasaran. Sehingga dengan demikian lembaga pendidikan membutuhkan yangmana manajemen pemasaran. guna mendapatkan peserta didik baru.

Menurut Agustina (2011:02), mengatakan Manajemen pemasaran merupakan bentuk usaha yang mana untuk Merencanakan, Mengimplementasikan, yang terdiri dari kegiatan pengorganisasian, Mengarahkan dan Mengkoordinir, serta dapat mengawasi atau dapat mengendalikan suatu kegiatan pemasaran yang mana didalam suatu organisasi agar dapat tercapai organisasi secara efektif dan efesien. Sedangkan Menurut Philip Kotler yang dijelaskan dalam buku Agustina (2011:04), mengemukakan bahwa manajemen pemasaran merupakan suatu kegiatan yang mana didalamnya ada penganalisaan, perencanaan, Pengemlitasian dan pengawasan segala kegiatan (program), guna memperoleh tingkat pertukaran yang menguntungkan dengam pembeli suatu rangka dalam mencapai tujuan organisasi. Dalam Al Quran Allah berfirman pada surat An Nisa ayat 58.

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ ۚ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا

Artinya: Sungguhllah menyuruhmu menyampaikan amanat kepada yanerhak menerimanya, dan apabilaamu menetapkan hukum di antara manusiaedaknya kamu menetapkannya dengan adil. Sungguh, Allah sebaik-baikang memberi pengajaran kepadamu. SungguAllah Maha Mendengar, Maha Melihat.

Dengan membuat manajemen pemasaran yang baik diharapkan lembaga pendidikan mendapatkan peserta didik baru. Hal ini dikarenakan peserta didik begitu penting dalam lembaga pendidikan. Karena di lingkungan sekolah, peserta didik merupakan unsur inti kegiatan pendidikan. Karena itu, jika tidak ada peserta didik, tentunya tidak akan ada kegiatan pendidikan. Lebih8ebih dalam lembaga memiliki persaingan yang begitu ketat seperti sekarang, sekolah harus berjuang secara sungguh-sungguh untuk mendapatkan peserta didik. Banyak pendidikan yang punah dikarenakan tidak memiliki siswa atau santri peserta didik, sesuai yang dikatakan oleh ketua yayasan yang mana mencari peserta didik jauh lebih sulit daripada mencari pendidik atau dewan guru baru. Untuk mendapatkan guru baru cukup membuka lamaran, sehari sudah banyak yang datang. Sedangkan untuk mencari peserta didik, belum tentu mengedarkan brosur dan memasang spanduk peserta didik akan datang.

Mulyono, (2008:177) menggambarkan bahwa dalam kegiatan pendidikan di era persaingan ini, peserta didik merupakan unsur utama yang harus dimenej dan dihargai martabatnya tak jauh berbeda dengan pembeli atau konsumen dalam dunia usaha. Sebenarnya lembaga pendidikan jika memahami atau mempunyai strategi dalam pemasaran, tidak akan kesulitan dalam mendapatkan peserta didik baru. Oleh karena itu, dalam upaya peningkatan kualitas pelayanan pendidikan sangat diperlukan pemasaran jasa pendidikan untuk menarik peserta didik baru dan meningkatkan mutu pendidikan yang bagus melalui output hasil lembaga pendidikan.

Melihat hasil dari penelitian tersebut, membuat peneliti sendiri tertarik untuk meneliti tentang manajemen pemasaran pendidikan di pondok pesantren Darussalam Puncak, yang mana pondok pesantren Darussalam Puncak didirikan pada tanggal 1 November 2001 M. Bertepatan dengan 15 Syaban 1422 H. Oleh Al Mukarrom KH. Abdul Malik Syafaat M.H. putra ke enam al marhum KH. Mukhtar Syafaat Abdul Ghofur. pendiri pondok pesantren Darussalam Blokagung. Pesantren yang terkenal dengan masjidnya yang berbentuk kubah ini mempunyai kurikulum pendidikan

mahadiyah dan diniyah yaitu: Jurusan Ihya Ulumuddin, Shohih Bukhori Muslim, Tafsir Jalalain, Fathul Muin. Dapat di simpulkan bahwa dari banyaknya lembaga pesantren yang ada di era globalisasi ini maka persaingan akan semakin ketat, yang mana lembaga pesantren mengelolah manajemen pemasaran dengan sebaik mungkin agar minat daya tarik semakin besar.

Berdasarkan penjelasan di atas hal inilah yang mendorong peneliti sangat tertarik untuk meneliti dengan judul Implementasi Manajemen Pemasaran Pendidikan Di Pondok Pesantren Darussalam Puncak Desa Sumberurep Kecamatan Siliragung Kabupaten Banyuwangi. penelitian ini akan difokuskan mengenai bagaimana pemasaran pendidikan yang ada di pesantren, serta upaya-upaya dalam peningkatannya yang kemudian disusun berdasarkan sistematika berdasarkan analisis data yang ada.

B. Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan metode deskriptif yang berguna untuk mendeskripsikan perilaku informan pada penelitian ini yaitu pemasaran pendidikan, strategi pemasaran berupa pendekatan pada wali santri dan masyarakat Di PP Darussalam Puncak Siliragung Banyuwangi. Peneliti melakukan penelitian di salah satu unit pendidikan di Yayasan Pondok Pesantren Darussalam Blokagung Tegalsari Banyuwangi yaitu PP Darussalam Puncak. Adapun subjek penelitian ini berupa informasi dan fakta-fakta tentang manajemen pemasaran, strategi pemasaran dengan pendekatan pada masyarakat dan wali santri, Sumber data penelitian ini berupa manusia, benda dan peristiwa.

Manusia berstatus sebagai informan sekaligus partisipan yang akan menjadi objek langsung penelitian. Benda merupakan bukti fisik yang merekam informasi yang sesuai dengan fokus penelitian. Sedangkan peristiwa merupan sumber informasi yang menunjukkan kondisi pemasaran PP Darussalam Puncak Siliragung Banyuwangi,. Sumberdata manusia atau narasumber pada penelitian ini diantaranya adalah : Humas pesantren, Kepala Pesantren Ketua Yayasan dan Pengasuh Pondok Pesantren Darussalam Puncak Siliragung Banyuwangi. Teknik pengumpulan data

informasi yang digunakan peneliti adalah wawancara, observasi dan dokumentasi. Pada teknik wawancara untuk menentukan informan peneliti menggunakan teknik snowball yang artinya mengalir. Sedang pada teknik observasi data yang diamati adalah berupa segala peristiwa atau keadaan, tempat, benda serta rekam data. Sedang pada teknik dokumentasi peneliti menghimpun informasi baik data lisan maupun tertulis atau tercetak baik berupa teks atau gambar. Analisis data yang digunakan adalah model analisis data interaktif Milles dan Huberman yaitu berupa kegiatan yaitu : a) pengumpulan data b.) Reduksi data, c.) Penyajian data, d.) Penarikan kesimpulan. Sedangkan untuk mempertanggung jawabkan hasil penelitian ini peneliti menggunakan uji keabsahan data berupa Creadibility, Audibility, Dependability dan Uji Konfirmabiliti.

C. Hasil dan Pembahasan

1. Perencanaan Pemasaran Pendidikan

Pada perencanaan pemasaran internal meliputi adanya program kerja kesiswaan dengan perencanaan sasaran yang dituju yaitu ustad, karyawan dan para santri PP Darussalam Puncak. Dengan menyampaikan ide dan bimbingan kepada para ustad dan para santri agar tumbuh rasa cinta dan memiliki terhadap pesantren sehingga menumbuhkan loyalitas dengan harapan dapat memberikan manfaat lebih pada masyarakat. Termasuk ke dalam perencanaan pemasaran internal yaitu dalam perekrutan ustad melalui tahapan-tahapan yaitu:

- a) Rekrutmen, calon ustad harus memiliki kualifikasi akademik dan keagamaan yang baik serta sudah pernah mutahorijin atau sudah pernah lulus sekolah Diniah. Kemudian mengikuti tes tertulis maupun non tulis, hal ini dimaksudkan agar ustad yang akan mengajar benar-benar kompeten dan punya niat yang penuh untuk menjadi ustad yang baik.
- b) Staffing, penempatan jabatan ditentukan oleh pengurus lalu meminta perijinan kepada pengasuh.

- c) Konsorsium atau pelatihan pembelajaran untuk meningkatkan profesionalisme diadakan pelatihan dan pengembangan cara pengajaran yang benar.
- d) Evaluasi kinerja, dilakukan setiap satu bulan sekali seperti diadakan setiap malam ahad legi untuk pengecekan kondisi selama satu bulan yang sudah berjalan.
- e) Restaffing, yakni menganalisis dan penempatan kembali bagi tenaga pendidik setelah dievaluasi
- f) Pelepasan, hal ini dilakukan bila ada yang mengundurkan diri ataupun dibebaskan tugas karena terus-menerus tidak dapat mengikuti aturan dan ketentuan pesantren.

Dari segi kegiatan wajib, PP Darussalam Puncak mengutamakan untuk mengikuti pengajian Ihya Ulumiddin dan Tafsir Jalalain sesuai dengan waktu yang ditentukan, dan untuk para santri sendiri diwajibkan untuk melaksanakan tirakat untuk Bahasa pesantren yaitu untuk makan keseharian biasanya nasi dari beras akan tetapi santri diwajibkan memakan nasi jagung atau kata lain ngrowot, baik itu dengan puasa atau tidak.

2. Perencanaan Pemasaran Eksternal

Pemasaran eksternal yaitu pemasaran yang untuk memperkenalkan lembaga pesantren kepada masyarakat luas sebagai pelanggan jasa pendidikan. Dengan tujuan agar masyarakat dapat mengetahui lebih jauh tentang PP Darussalam Puncak. Sasaran pemasaran eksternal yaitu masyarakat Siliragung dan sekitarnya serta orang tua atau wali santri dan besert alumni dari pondok pesantren Darussalam Puncak sebagai pengguna jasa atau pelanggan jasa dan calon pelanggan jasa pendidikan.

Pemasaran eksternal dilakukan dengan menggunakan alat bantu yaitu browser, bener dan juga media social agar cepat dan luas untuk memperkenalkan lembaga pesantren, seperti melalui facebook, twiter, telegram, whatsapp, juga

menggunakan grup whatsapp para alumni dan wali santri untuk memberi pengetahuan agenda yang dilakukan di lembaga pesantren. Pengasuh sendiri ikut serta memasarkan secara langsung seperti menemui langsung tokoh tokoh masyarakat untuk mengajak putra putrinya atau kerabatnya juga tetangganya untuk ikut serta belajar di PP Darussalam Puncak, pengasuh juga menawarkan berbagai beasiswa seperti santri kurang mampu, santri berprestasi dan lain lain, pengasuh juga mempromosikan melalui dakwah saat ada undangan di berbagai daerah. Secara umum perencanaan pemasaran sebagai tahap awal berjalannya manajemen pemasaran pendidikan di PP Darussalam Puncak sudah baik karena sudah menerapkan konsep pemasaran berwawasan sosial seperti diungkapkan Daryanto dalam Sari Kuliah Manajemen Pemasaran.

3. Pelaksanaan Pemasaran Pendidikan

Pelaksanaan pemasaran pendidikan di PP Darussalam Puncak ini tergolong baik sehingga kepuasan pelanggan terjaga, yang akhirnya pelanggan jasa tersebut tetap loyal bahkan dapat mendatangkan pelanggan-pelanggan baru. oleh karena itu promosi dari mulut ke mulut dalam masyarakat luas otomatis berjalan. Pelaksanaan pemasaran di PP Darussalam Puncak dengan melihat dan memenuhi kebutuhan masyarakat serta berasas pada sosial seperti mengadakan halal bihalal santri dan wali santri, juga mengadakan reuni para alumni dan mengadakan acara rutinan tahunan seperti imtihan haul para masayih yang mana bisa di hadiri santri wali santri, alumni dan masyarakat umum. Pelaksanaan pemasaran sesuai dengan konsep pemasaran berwawasan sosial.

Menurut Daryanto, (2013:08) yaitu organisasi menentukan kebutuhan, keinginan, dan minat pasar sasaran, serta menyampaikan kepuasan yang secara lebih efektif dan efisien dibanding dengan kompetitor dengan cara memelihara dan terus memperbaiki kesejahteraan konsumen dan masyarakat. Apabila dilihat dari perspektif variabel-variabel bauran pemasaran kondisi PP Darussalam Puncak sesuai dengan teori bauran pemasaran menurut Kotler yang mencakup 7 elemen, secara sekilas dapat digambarkan sebagai berikut:

a) Product (Jasa Pendidikan)

PP Darussalam Puncak ialah lembaga pesantren yang mana juga ada Pendidikan formal. Yang mana lembaga pesantren yang berbasis salafiyah, didalamnya ada madrasah diniyah, dengan tiga tingkatan, yang pertama, tingkatan Ula yang di jangkau empat tahun, kedua tingkatan Wustho yang di jangkau dua tahun, ketiga tingkatan Ulya yang di jangkau dua tahun. Sedangkan pertingkatan itu untuk bisa naik tingkatan harus memenuhi beberapa sarat yaitu, keaktifan dan hafalan juga pemahaman. Untuk pendidikan formal PP Darussalam Puncak bekerja sama dengan PP Darussalam Blokagung yang mana pesantren pusat dari cabang PP Darussalam Puncak, yang mana Pendidikan formalnya mulai tingkatan TK, Paud, SD Darussalam, SMP Plus Darussalam, MTS AL Amiriyyah, SMA Darussalam, SMK Darussalam, MA AL Amiriyyah.

b) Price (Biaya Pendidikan)

PP Darussalam Puncak memiliki daya tawar yang cukup menarik dalam aspek harga, karena menyediakan beasiswa bagi santri yang kurang mampu dan beasiswa bagi yang santri yang berprestasi. Bagi santri yang latar belakang kurang mampu, pengasuh membebaskan untuk biaya spp dan uang makan setiap harinya, yang mana makannya dua kali sehari.

c) Place (Lokasi Pesantren)

PP Darussalam Puncak memiliki lokasi yang cukup bagus karena menyatu langsung dengan alam yang mana tempatnya yang sejuk dan hening, lokasi yang bagus untuk para santri mencari ketenangan untuk menghafalkan apa yang di tempuh pada Pendidikan madrasah diniyah. Lokasi yang lumayan jauh dari pusat perkotaan, di desa Sumber Urep kecamatan Siliragung, Kabupaten Banyuwangi.

d) Promotion (Promosi)

Promosi PP Darussalam Puncak dilakukan dengan menyebar brosur, memasang spanduk dan baner, juga menggunakan social media seperti

Facebook, Watshapp, Tuwiter, Telegram, Instagram, juga mendatangi langsung tokoh-tokoh masarakat sekitar maupun para alumni yang men jadi sorotan masyarakat supaya bisa menarik tetangga sekitar.

e) People (Sumber Daya Manusia)

Sumber Daya Manusia di sini meliputi Ketua Yayasan, Kepala Pesantre, Waka Kesiswaan, Ustad dan Karyawan. Untuk menghasilkan kinerja yang maksimal, PP Darussalam Puncak merekrut tenaga pendidik dan tenaga kependidikan dengan kualifikasi tertentu. Ustad harus suda mutahorijin, Ustad yang mendaftar menjadi pengajar akan di tes dan hanya yang lulus tes saja yang bisa mengajar di PP Darussalam Puncak. Sekolah juga menyelenggarakan pelatihan dan konsorsium dalam rangka peningkatan dan pengembangan kompetensi ustad. Pembelajaran di PP Darussalam Puncak juga sangat dipantau dengan cara Waka Kurikulum akan mengecek satu persatu proses pembelajaran yang terlaksana. tenaga kependidikan lebih diutamakan dari santri PP Darussalam Blokagung yang mana pesantren pusat dan dipilih oleh pengasuh langsung yang mana yang pantas dan mempunyai sekil dan kemampuan yang baik. karena dianggap telah memahami keadaan sekolah sejak dini.

Pada pelaksanaan People ini telah sesuai dengan teori sumber daya manusia yang diungkapkan oleh David Wijaya (2016:54), PP Darussalam Puncak juga telah melaksanakan salah satu fungsi manajemen yaitu melakukan pengembangan tenaga pendidik yaitu usaha-usaha untuk peningkatan mutu pendidikan dan efisiensi kerja seluruh tenaga lembaga yang ada. usaha pengembangan ini dilakukan dengan berbagai cara antara lain pendidikan dan pelatihan (inservice training), tugas belajar, formasi atau penempatan jabatan yang lebih tinggi dari semula, pemindahan jabatan, seminar, workshop, konferensi, serta rapat dinas dalam berbagai bentuk.

f) *Process* (Pelayanan Lembaga Pesantren)

Pelayanan lembaga pesantren di PP Darussalam Puncak cukup bagus di bandingkan pesantren yang lain yang setara masih sama-sama pemula. Tenaga pendidik berupaya memaksimalkan hasil belajar melalui pembelajaran yang berkualitas. Para ustad melaksanakan pembelajaran yang maksimal karena sudah memenuhi kualitas yang baik. Evaluasi pembelajaran dilaksanakan secara rutin baik itu evaluasi formatif maupun non formatif. Untuk menunjang keterampilan para santri, diadakan sejumlah kegiatan ekstrakurikuler, seperti Tata Tanaman, Elektronika, Perbengkelan, Pertukanga, Budidaya Ikan, Pertanian, Pencak Silat, Sepak Bola, Bulu Tangkis, Rebbana, Dongeng, Seni Baca Al Quran (qiroat), Pidato, Bilal dan Khutbah. Dalam pelaksanaan *Process*, PP Darussalam Puncak ini berorientasi pada bagaimana menjaga kualitas pelayanan menurut Sudarya, (2007:08), yaitu *people based service* yaitu dilakukan dengan melakukan investasi dalam proses rekrutmen, seleksi, pemotivasian, pelatihan dan pengembangan karyawan.

g) *Physical Evidence* (Bangunan pesantren)

Dukungan sarana di PP Darussalam Puncak sudah cukup memadai untuk pelaksanaan pembelajaran sehari-hari, dengan ruang kelas yang representatif, media pembelajaran yang cukup, ruang guru cukup memadai dan toilet yang terjaga kebersihan dan pasokan airnya. Akan tetapi PP Darussalam Puncak memiliki masjid yang identik dalam bentuknya yaitu berbentuk kubah makkah, yang mana didesain sama persis dengan yang ada di makkah, seperti ukuran besar kubah dan dalamnya, didepannya ada hajar aswad, ada tempat sa'i, dengan desain seperti itu yang mana bertujuan untuk menggambarkan keberadaan di makkah dan menarik daya minat untuk mengunjunginya, Namun untuk bangunan asrama masih seperti bangunan para santri dahulu seperti angkringan, yang mana bertujuan untuk membiasakan dengan kehidupan sederhana.

4. Pengendalian Pemasaran Pendidikan

Terdapat tiga jenis control pemasaran yang dapat digunakan oleh lembaga pesantren atau sekolah, seperti yang diungkapkan oleh Muna, (2021:113), kontrol dan evaluasi tersebut dapat disesuaikan dengan kondisi lembaga pesantren. Ketiga jenis tersebut ialah (1) rencana kontrol tahunan, yang meliputi monitoring pada kinerja pemasaran yang berlangsung untuk meyakinkan bahwa volume penjualan tahunan dan keuntungan yang ditargetkan tercapai. Alat utamanya adalah analisis penjualan, analisis mangsa pasar, analisis anggaran pemasaran dan penelusuran sikap pasar; (2) kontrol profitabilitas, terdiri dari determinasi profitabilitas yang aktual dari pemasaran yang telah dilakukan misalnya kesesuaian layanan-layanan yang telah ada dengan kebutuhan yang ada di masyarakat, segmen pasar, saluran promosi, dan sebagainya. Dengan melaksanakan kontrol ini akan dapat diidentifikasi titik titik kelemahan dalam pelaksanaan pemasaran; (3) audit pemasaran, yang bertujuan untuk menganalisis tujuan pemasaran, strategi dan sistem yang diadaptasi secara optimum dan lingkungan tujuan pemasaran yang telah diramalkan.

Dalam konteks itulah, berdasarkan deskripsi data sebelumnya, bahwa PP Darussalam Puncak memiliki rencana kontrol tahunan. Hal ini dibuktikan dengan kegiatan monitoring pemasaran yang dilakukan oleh PP Darussalam Puncak untuk mengetahui tingkat keberhasilan pemasaran. Rencana kontrol tahunan juga mempermudah PP Darussalam Puncak untuk melaksanakan pengontrolan karena pengontrolan akan terjadwal dengan baik. Dalam melakukan pengontrolan PP Darussalam Puncak juga terdapat SOP yang harus dipatuhi. Selain itu, dalam melaksanakan monitoring PP Darussalam Puncak melibatkan karyawan lembaga pesantren untuk memaksimalkan proses pengontrolan pemasaran lembaga.

Dengan melibatkan karyawan lembaga pesantren PP Darussalam Puncak melakukan kontrol terhadap perencanaan dan pelaksanaan untuk mengetahui kesesuaian-kesesuaian pelayanan pemasaran yang dilakukan. Hal ini bertujuan

untuk mengetahui tingkat ketertarikan calon peserta didik terhadap lembaga. Begitu pula dengan audit pemasaran yang dilakukan PP Darussalam Puncak, yang bertujuan untuk menganalisis keberhasilan dari strategi maupun sistem pemasaran yang dilakukan oleh lembaga. Hasil dari pengendalian yang dilakukan oleh PP Darussalam Puncak digunakan sebagai acuan untuk proses perencanaan berikutnya untuk digunakan sebagai perbaikan sistem secara berkesinambungan. Hal ini membuktikan bahwa PP Darussalam Puncak menerapkan strategi pemasaran, yang bertujuan untuk mengembangkan lembaga pendidikan yang ada.

Uraian di atas dapat dirangkum dan disimpulkan bahwa proses pengendalian diawali dengan memiliki rencana kontrol tahunan, kemudian dipadukan dengan melakukan kontrol terhadap kesesuaian-kesesuaian pelayanan pemasaran serta melakukan audit pemasaran. Kegiatan-kegiatan ini dilakukan dengan menerapkan unsur-unsur strategi pemasaran yang melibatkan perencanaan dan pelaksanaan pemasaran pendidikan.

D. Kesimpulan

Dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa implementasi pemasaran Pendidikan Pondok Pesantren Darussalam Puncak ialah sebagai berikut:

1. Perencanaan pemasaran Pendidikan di PP Darussalam Puncak

PP Darussalam Puncak melakukan perencanaan pemasaran Pendidikannya telah memenuhi ketentuan dan ditetapkannya melalui rapat Bersama pengasuh, ketua Yayasan, kepala pesantren dan pengurus lainnya.

2. Pelaksanaan pemasaran Pendidikan di PP Darussalam Puncak

PP Darussalam Puncak melakukan pelaksanaan pemasaran Pendidikan juga telah sesuai dengan teori Bauran pemasaran yang dikemukakan oleh Bukhori Alma yaitu dalam konsep pemasaran menggunakan tujuh komponen yaitu: produk, harga, tempat, promosi, sumberdaya manusia, bukti fisik dan proses. Sehingga minat masyarakat semakin meningkat setiap tahunnya.

3. Pengendalian pemasaran Pendidikan di PP Darussalam Puncak

PP Darussalam Puncak melaksanakan pengendalian pemasaran Pendidikan, hal ini dilakukan pada proses perencanaan maupun pelaksanaan pemasaran pendidikan untuk meminimalisir kegagalan. Dalam pengendalian tersebut, PP Darussalam Puncak memiliki rencana kontrol tahunan untuk mempermudah dalam memonitoring pelaksanaan pemasaran lembaga. PP Darussalam Puncak juga melakukan pengontrolan terhadap kesesuaian pelayanan yang mereka berikan dalam melaksanakan pemasaran tersebut. PP Darussalam Puncak juga melakukan evaluasi pemasaran untuk mengetahui tingkat keberhasilan dan tantangan yang lembaga hadapi dalam pemasaran.

E. Daftar Pustaka

- Buchari Alma. 2007. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Daryanto, 2013, *Sari Kuliah Manajemen Pemasaran*. Bandung: Sarana Tutorial Nurani Sejahtera.
- David, 2016, *Pemasaran Jasa Pendidikan*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Jamal, 2005, *Manajemen Efektif Marketing Sekolah*. Yogyakarta: Diva Press.
- Kotler, Philip, 2015, *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Indek Kelompok Gramedia.
- Mubaridah. 2016. *Manajemen Pemasaran Lembaga Pendidikan Anak Usia Dini (Studi Pada Lembaga PAUD di Kecamatan Bodeh Kabupaten Pemalang)*. Diterbitkan di Semarang, *Universitas Semarang*,
- Muna. 2021. *Implementasi manajemen pemasaran berbasis total quality managemen*. Ponorogo.
- Pandji Anoraga. 2009. *Manajemen Bisnis*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Philip Kotler, Gary Armstrong. 1997. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta : Prenhalindo.

Implementasi Manajemen Pemasaran Pendidikan Di Pondok Pesantren Darussalam Puncak
Siliragung Banyuwangi

Nur Khafidz Nizam Fahmi, Alim Mujahidin

- Rahayu. 2017. *Manajemen pemasaran*. Denpasar.
- Ritongga dkk. 2018. *Majamene pemasaran konsep dan strategi*. Medan.
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sudarya Yahya, 2007, *Service Quality Satifaction dalam pelayanan pendidikan*. Kajian Teoritis dalam jurnal Pendidikan Dasar.
- Uhsinatul. 2020Negeri. *Implementasi Manajemen Pemasaran Berbasis Total Quality Management (TQM) di SMK Negeri 1 Jenangan Ponorogo*. Skripsi. Diterbitkan di ponorogo, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo.
- Wijoyo dkk. 2020. *Menejemen pemasara di era globalisasi*. Banyumas: Cv pena persada.